

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA

Facultad De Ciencias Económicas

Especialización en Alta Gerencia



LA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO EJE FUNDAMENTAL EN LAS
EMPRESAS COLOMBIANAS

Preparado por

PAOLA BELTRAN SANCHEZ

SHIRLEY REINA SANCHEZ

Presentado a:

FANETH SERRANO

Bogotá, Colombia

2011

INTRODUCCION

La creciente importancia que ha tenido la responsabilidad social empresarial (RSE), en el mundo y en Colombia se define como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, donde el objetivo estratégico se centra en tener un valor agregado en un mercado competitivo.

Para lograr uno de los objetivos de este ensayo se analizó en primera instancia la percepción actual de la RSE en Colombia basándonos en las encuestas existentes y las estadísticas mostradas por el gobierno en esta materia. Por otra parte desarrollaremos un ejemplo con una empresa en Colombia socialmente responsable en una de las áreas la cual creemos es la más importante y es la comunidad.

Este ensayo está dividido en dos capítulos, en el primero trataremos la situación actual de RSE en Colombia el desarrollo y estrategias de la misma, resaltando la importancia y necesidad de proteger y fortalecer el medio ambiente. Así mismo, se destaca la labor del programa realizado por la compañía Coca Cola Femsa, llamado BANCO DE TIEMPO que va dirigido a todas las personas que son reintegradas a la sociedad civil.

En el segundo capítulo, hablaremos de las debilidades y fortalezas de la RSE, resaltando las desviaciones de los lineamientos establecidos por las leyes

colombianas con el fin de generar un beneficio social, económico y ambiental, manejado desde una política ética, señalando los beneficios tributarios que reciben a cambio las empresas.

Presentamos los puntos estratégicos a modificar en el modelo de RSE empresarial con el fin de proponer que las políticas sean ejecutadas por las organizaciones en aras de mostrar una transparencia comercial que pueda ser detectada por los consumidores, con base en los sectores de la economía colombiana.

Invitamos al lector a realizar un breve recorrido sobre la temática ya descrita relacionada con la Responsabilidad Social Empresarial.

I CAPITULO

Situación actual de las empresas colombianas frente al desarrollo de una política de Responsabilidad Socialmente Sostenible

Con el pasar del tiempo y la modernización de la empresa nos debemos preguntar cuales son los objetivos de la misma; es decir, las empresas solo son organizaciones que se constituyen para obtener una ganancia específica que genere beneficio propio y un aporte en la Economía de un país, es claro que no solo se debe cumplir con esto sino que deben tener un aporte social, lo que nos lleva a pensar en que es Responsabilidad Social Empresarial.

Debemos conceptualizar la Responsabilidad Social Empresarial desde la parte genérica que nos permita ir ahondando en el tema para ello claramente la voluntariedad empresarial es primordial

Es la obligación ética o moral, voluntariamente aceptada por la empresa como institución hacia la sociedad en conjunto, en reconocimiento y satisfacción de sus demandas o en reparación de los daños que puedan haberle sido causados a ésta en sus personas o en su patrimonio común por la actividad de la empresa" (Castillo Clavero, 1986 b, p. 265).

Es una definición que enfoca a la Responsabilidad Social Empresarial como un deber estático de las empresas y no como una de las tareas de Cultura Empresarial, la cual debe guiarse por unos compromisos y objetivos que buscan promover una cultura empresarial que mejore la calidad de vida de la Sociedad, la cual no actúa en forma individual sino que busca convertirla en una actitud institucional que debe estar contemplada en las políticas empresariales.

Según Milton Friedman *“La RSE de un negocio es aumentar sus ganancias sin pretender asumir otras obligaciones o responsabilidades que no le corresponden”* es una definición bastante cruda pero real ya que muchas organizaciones buscan solo el fin lucrativo y el buen nombre y no el beneficio de la comunidad en general.

El concepto no es aun claro y se ha venido desarrollando desde los años 70, pero no existe una definición acertada, por tal razón cada entidad ha interpretado a su manera el hecho de hacer y ser una empresa socialmente responsable. Aunque para algunas compañías privadas este término se trata de donar dinero a buenas causas, para lograr la buena imagen corporativa.

Por ejemplo el centro colombiano de responsabilidad Empresarial la define como:

La responsabilidad social es la capacidad de respuesta que tiene una empresa o una entidad, frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona (stake holders o grupos de interés) De esta forma las empresas son socialmente responsables cuando las actividades que

realiza se orientan a la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus miembros, de la sociedad y de quienes se benefician de su actividad comercial, así como también el cuidado y la preservación del entorno.

Para desarrollar este tema tan importante, las empresas deben tener claridad sobre los objetivos de RSE y tener en cuenta que para lograrlo es necesario hacer cambios importantes en su modelo de gestión; se necesitan sinergias no solo dentro de la organización sino también con los mencionados stakeholders como lo son sus clientes, proveedores y demás involucrados en este proceso, específicamente todos aquellos actores que tienen que ver con su desarrollo.

La responsabilidad social empresarial, ha venido tomando gran importancia en nuestro país gracias a los buenos resultados que se han obtenido. En la mayoría de estos programas se busca el bienestar de la sociedad y sobre todo del ser humano, las compañías del sector privado se han involucrado en este tema para lograr un posicionamiento y en algunas el fin real de la responsabilidad social ha tomado rumbos y fines diferentes.

Según la guía técnica Colombiana de Responsabilidad Social-ICONTEC Colombia, se define como:

El compromiso voluntario que las organizaciones asumen frente a las expectativas concertadas que en materia de desarrollo humano integral se generan con las partes interesadas y que, partiendo del cumplimiento de las disposiciones legales, le permite a las organizaciones asegurar el crecimiento económico, el desarrollo social y el equilibrio ecológico.

En otras palabras las empresas que han adoptado una RSE, obtiene beneficios legales de acuerdo a los beneficios tributarios establecidos lo que garantiza un fortalecimiento en el campo económico permitiendo un equilibrio social y ecológico.

Para lo cual existen diversas estrategias dentro de las que se pueden enmarcar el concepto de responsabilidad social varias compañías han enmarcado este tema como "Desarrollo social" son programas dirigidos a la sociedad, a la comunidad, a la persona, al medio ambiente.

Mediante la RSE, se construye a largo plazo, el futuro que cualquier sociedad quiere encontrar, "la ayuda al que lo necesita", por medio de alimentos "Banco de alimentos", ayuda a los afectados al invierno "Plantas potabilizadoras", reinserción a la sociedad "Banco de Tiempo", y apoyo justo a la continuidad del ambiente, la RS, debe manifestarse no solo para el ser humano, sino de la misma forma para el hogar en que este se desenvuelve "Reciclaje", "Limpieza de Humedales", "Carros Eléctricos" etc.

Este cambio en el pensamiento empresarial ha tenido un auge teniendo en cuenta, la necesidad de proteger y fortalecer el medio ambiente, que se ha evidenciado en el desmejoramiento de la calidad de vida del ser humano. Ahí observamos un papel importante de las industrias debido a la ausencia de la ética social donde se ha empleado a la responsabilidad social empresarial como un instrumento para generar beneficios empresariales sin tener en cuenta los compromisos con la sociedad.

Adicionalmente debemos señalar que el papel de la RSE no solo es a nivel empresarial sino de todas las organizaciones dentro de una sociedad, que debe tener un enfoque moral y ético para poder plantear una política de desarrollo que brinde un beneficio económico y social dentro de un país.

En cuanto a la sociedad, es importante destacar los programas de compromiso social que traen beneficio a la comunidad. Como lo habíamos mencionado anteriormente uno de ellos es el llamado BANCO DE TIEMPO liderado por la compañía Coca cola Femsa que va dirigido a todas las personas que son reintegradas a la sociedad civil e incentivar la desmovilización.

Se trata de una campaña realizada al interior de la compañía en donde se involucra a todos sus colaboradores de manera voluntaria; la campaña dentro de la empresa se llama “dos horas de tu tiempo” y se trata de que cada viernes cada representante de alguna área escoge un tema para capacitar a las personas desmovilizadas, se les enseñan temas fiscales, legales, de empresa, mercadeo y todas aquellas cosas que ellos necesitan para rehacer su vida y hacer su propia empresa su propio negocio.

Este programa ha sido reconocido a nivel nacional por los efectos positivos que ha tenido en la sociedad *“Que tantos ejecutivos de ustedes, en horas de responsabilidad de la empresa, dediquen el tiempo a prestar esta tarea de asesoría, de orientación, de integración con todos estos muchachos es una expresión superior de responsabilidad social”*. Resalto el ex presidente Álvaro Uribe Vélez 2010 en una ceremonia que se realizó en la casa de

Nariño para entregar el certificado de participación a los primeros participantes de este programa.

El banco de tiempo es un programa de responsabilidad social excelente; es un acto de solidaridad y de perdón incondicional; si se puede decir de alguna forma es borrón y cuenta nueva; las personas no son perfectas, ni nacieron aprendidas, tienen todas las posibilidades de equivocarse, y por ende todas las posibilidades para que las empresas mediante la RS, les tienda la mano.

La voluntariedad es una de las características de la RSE empresarial puesto que el concepto se enmarca dentro del ámbito de ética empresarial que está de moda en la comunidad, por tal motivo el estado ha intervenido de manera positiva apoyando los diversos programas sin la necesidad de imponer nada como el programa que mencionamos anteriormente.

Las compañías han logrado posicionarse gracias a los programas que desarrollan la marca que es socialmente responsable aumenta sus ventas porque la identidad colombiana está cambiando su manera de ver las cosas y cuando un ciudadano compra un producto o sabe que está contribuyendo para ayudar a otros o a empresas que son responsables socialmente se siente mejor y se hace cliente apóstol de dicha marca o producto.

La responsabilidad social es el tema candente de este siglo porque gracias a ella y sea cual sea su fin los beneficiados somos todos, el ambiente, la comunidad y no existe una compañía que hasta el momento haya traído consecuencias desfavorables para nuestro país. Aunque las empresas

pueden aprovechar los beneficios que brinda el gobierno y el boom que ha generado en sentido social en los mercados, a tal punto que se diseñan estrategias de mercado para estimular los comprados disfrazándolas bajo el eslogan de RSE.

Según la información suministrada por el Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial CCRE, el conocimiento sobre la RSE es del 56% (ver anexo), lo que nos permite ver que es un campo que no se ha explotado abiertamente. La mayoría de compañías aún no han involucrado a las personas para establecer los mecanismos de incorporación de dichas políticas y así determinar los dispositivos que van a permitir el cumplimiento de la misma.

La base de la responsabilidad social empresarial, debe estar fundamentada en el desarrollo sostenible de una comunidad contribuyendo a su desarrollo social, económico y ambiental. El principal objetivo que deben tener las compañías del sector privado con este tipo de programas es apoyar al Gobierno de un país, en su incapacidad para solucionar problemas de tipo social.

Claramente se presenta la necesidad de creación de nuevos programas de responsabilidad social, en una sociedad en donde actualmente existe pobreza, deterioro ambiental y violencia, afectando considerablemente la calidad de vida de las personas.

La organización Forum Empresa (Foro de la Empresa y la Responsabilidad Social en las Américas. 1997) desarrolló una guía para las empresas interesadas en el tema. Esta guía abarca seis rubros principales: Principios para empezar, el medio ambiente, el lugar de trabajo, la comunidad, el mercado, Derechos Humanos.

Los principios citados, enmarcan el objetivo principal de la Responsabilidad Social Empresarial, donde aplica la conciencia empresarial y la integralidad que debe existir entre todos los actores del sistema de la RSE.

Una empresa socialmente responsable puede beneficiarse con el desarrollo de los programas de RSE creando una reputación entre la comunidad empresarial y el consumidor, logrando incrementar sus ventas. De ahí se evidencia que el valor fundamental para el desarrollo de este tipo de programas es la Ética, a nivel empresarial público e individual.

CAPITULO II

Debilidades y Fortalezas de las empresas socialmente responsables

La Responsabilidad Social se ha ido tornando en un tema de moda, el cual es aprovechado por algunas empresas para mejorar su imagen ante la sociedad e inversionistas, desviándose de su objetivo principal; por tal motivo es importante que se cree un aspecto regulatorio que contenga lineamientos sobre cómo debería ser tratado el tema de RSE; esto con el fin de hacer buen uso de este tema.

Es importante que en las empresas cuando se trate de Responsabilidad social se dé un equilibrio entre el beneficio que debe generarse a: el mejoramiento social, económico y ambiental debido a que la interacción de estos tres factores afectan uno al otro.

De acuerdo a lo anterior, si una empresa invierte en la capacitación a diferentes sectores de la sociedad que no tienen oportunidades para educarse el impacto social de este programa genera un incremento en la posibilidad de mejorar su economía a través de las oportunidades laborales y

creación de empresa; así mismo se crea conciencia sobre la cultura ambiental y conlleva a generar proyectos. (Ver gráfico 1)

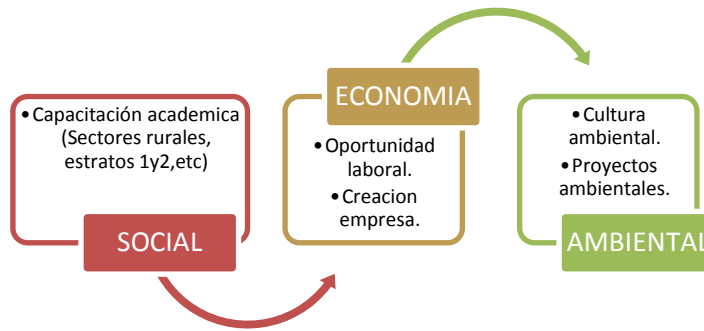


Grafico 1 (autores)

De acuerdo a Milton Friedman (1967) *“las organizaciones deben dedicarse a generar ganancias, dentro de los marcos legales, pero sin pretender asumir responsabilidades que no le corresponden”*. Este economista fallecido en el año 2006 en su teoría hizo críticas duras a la responsabilidad social ya que expone que no hay voluntariedad por parte de estos organismos sino que se han convertido en una obligación social para tener un buen status o estar a la “moda”.

Teniendo en cuenta que las compañías se han visto involucradas en escándalos por falta de ética y corrupción, como principio fundamental para reconocer un verdadero programa como de responsabilidad social, es necesario que la compañía busque un nuevo beneficio real para la sociedad y no propio, absteniéndose de buscar incentivos de tipo tributario o económico.

Entre los posibles beneficios que pueden recibir las compañías por programas de responsabilidad social, para comenzar la Deducción en el Impuesto de Renta hasta el 130%, de los gastos por salarios y prestaciones sociales de los trabajadores contratados como aprendices SENA. (Art. 189 Ley 115 de 1994) de allí que muchas compañías pretenden mostrar que lo que les interesa en realidad es la educación cuando en realidad es bastante el lucro que consiguen por apoyar a los estudiantes del SENA.

Cuando contratan personas discapacitadas reciben mayor beneficio en el impuesto de Renta hasta del 200% y lo que hacemos es simplemente hablar de aquella compañía que da oportunidad a todas las personas con limitaciones físicas.

Como también la Progresividad en el pago de los parafiscales, Matrícula Mercantil e Impuesto de Renta, por la creación de nuevas empresas y generación de empleo. (Ley 1429 de 2010) lo cual ha tenido bastante aceptación por parte de todos ya que independiente de estos beneficios fiscales lo importante es que la informalidad ha ido disminuyendo.

Por último encontramos la Deducción por donaciones en el Impuesto de Renta hasta el 125%, a entidades sin ánimo de lucro sometidas a vigilancia oficial. (Art 125 ET) beneficiando a más de 1000 comunidades de escasos recursos en este último encontramos programas como “calma tu sed de leer” y el banco de alimentos de la compañía Coca cola Femsa.

Está claro que la puesta en marcha de una práctica de Responsabilidad Social en una compañía, debe buscar el beneficio de un grupo social menos favorecido y no trabajar en función de obtener un incentivo para este caso tributario, ya que se perdería la idea de un desarrollo sostenible en tiempo pues el programa funcionaría temporalmente mientras se encuentra vigente la norma.

La RSE, está asociada al concepto de Mercadotecnia Social; Según Kotler el concepto de mercadotecnia social es la más moderna de entre las cinco filosofías de la Administración Mercadotécnica, para establecer las políticas de mercadotecnia, se requiere el equilibrio de tres consideraciones: las utilidades de la empresa, los deseos de los consumidores y los intereses de la sociedad; como podemos observar:

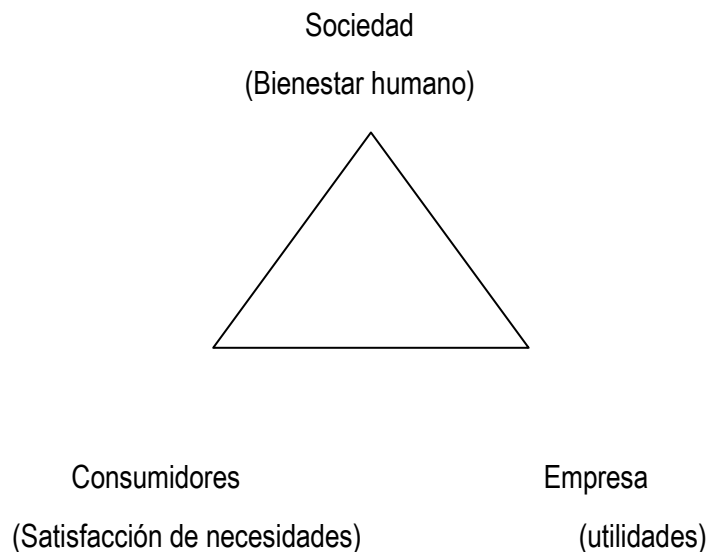


Grafico 2 (DIFERENCIAS ENTRE MARKETING SOCIAL, MARKETING CON CAUSA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL)

Podemos observar con la Mercadotecnia social y la RSE unen políticas para que sean ejecutadas por la organizaciones en aras de mostrar una transparencia comercial que pueda ser detectada por los consumidores, teniendo en cuenta que los consumidores ya no tolera las prácticas engañosas sino con la globalización exige un mercado con mayor calidad, mejor servicio y un actuar ecológico.

Teniendo claro la sinergia que debe haber entre los parámetros ya citados nace la necesidad de poder establecer un horizonte claro para RSE en Colombia, teniendo en cuenta las diversas acciones y orientaciones de las RSE en las empresas Colombianas.

Es importante crear una unificación entre los diferentes actores que intervienen en estos programas, como es el Gobierno; teniendo en cuenta el apoyo al desarrollo de programas en RSE, y los incentivos tributarios, ya reconocidos, debe existir un control más estricto por parte del mismo para garantizar el cumplimiento de dichos programas.

Guiándose en lo establecido por las normas técnicas desarrolladas por el Icontec (2003). Los medios de comunicación deben apoyar los programas de RSE desarrollados por las empresas socialmente responsables, mediante y campañas de formación y divulgación de las mismas. Otro actor principal son las Universidades quienes establecer una cátedra en RSE obligatoria que abarque un contexto amplio y profundo sobre la RSE, que permita a los estudiantes apoyar a las empresas como pasantes y futuros profesionales.

Es claro que un modelo de RSE, debe cumplir con unos parámetros mínimos como transparencia, honestidad, cumplimiento de las leyes y normas, ser medio ambiental, económicamente sostenible y socialmente viable.

Se debe plantear un modelo que permita la creación de una línea de base sectorial; es decir, por sector financiero, industrial, comercio de grandes superficies, medios de comunicación, hidrocarburos, con el fin de establecer un parámetro de cumplimiento a las empresas de acuerdo a su labor y que deben incluir dentro de sus políticas estratégicas.

Así mismo establecer una guía temática en la que se deben enfocar las empresas que van a desarrollar sus políticas de Responsabilidad Social Empresarial, por ejemplo programas de educación, salud, vivienda, microcréditos, capacitación, todo enfocado al desarrollo y fortalecimiento de las sociedades.

Debe tener unos objetivos específicos; los programas de desarrollo económico deben estar orientados a una población definida la cual le permita acceder al uso de nuevas tecnologías, modelos económicos fáciles de entender y prácticos. Así mismo los programas de educación deben contar con docentes capacitados y con una estructura escolar definida que les permita a los integrantes desarrollar su potencial, lo que permitiría medir eficiencia del programa de RSE.

AREAS DEL MODELO DE RSE			
MEDICION	DESARROLLO PROGRAMA EMPRESARIAL	DESARROLLO PROGRAMA DE CAPACITACION	DE DESARROLLO PROGRAMA SOCIAL
CUANTITATIVO	INDICADORES EMPRESARIALES	INDICADORES DE CAPACITACION	INDICADORES SOCIALES
CUALITATIVO	CALIFICACION DE LOS BENEFICIARIOS	CALIFICACION DE LOS BENEFICIARIOS	CALIFICACION DE LOS BENEFICIARIOS
	ENTE DE CONTROL (GOBIERNO)	ENTE DE CONTROL (GOBIERNO)	ENTE DE CONTROL (GOBIERNO)

(Tabla 1. Autores)

El modelo que describimos lo componen tres grandes área como de desarrollo como son: empresarial, capacitación y social, teniendo en cuenta que éstas abarcan las diferentes necesidades de una sociedad. Los cuales deben tener una medición Cuantitativa por medio de indicadores que establece cada empresa según el modelo que adopte.

Por otra parte están los indicadores Cualitativos que deben ser evaluados por los beneficios y por el Gobierno teniendo que serían los actores principales; los beneficiarios pueden juzgar el cumplimiento total de las propuesta del modelo de RSE y el gobierno debe ser quien ofrece los beneficios económicos y medir el cumplimiento del mismo.

Este modelo debe estar bajo unos parámetros de transparencia, de cumplimiento a la legislación del país. Donde deben existir puntos clave

como la participación de la Alta Gerencia y de las personas encargadas del desarrollo de estas acciones.

Con una estrategia proyectada a media y largo plazo aprovechando los beneficios e incentivos para las empresas, teniendo un programa de divulgación con total honestidad y transparencia que beneficie a la sociedad y a las empresas colombianas.

Debemos concluir que para obtener un modelo claro debe tener cambios importantes en su modelo de gestión, también es importante que para lograrlos se necesitan sinergias no solo en la empresa sino también con sus clientes, proveedores y demás involucrados en este procesos y específicamente todos aquellos actores que tienes que ver con el desarrollo de este proceso.

Es una definición enfoca a la RSE como un deber estático de la empresas y no como una de las tareas de Cultura Empresarial, la cual debe guiarse por unos compromisos y objetivos que buscan promover una cultura empresarial que mejore la calidad de vida de la Sociedad, la cual no actua en forma individual sino que busca convertirla en una actitud institucional que debe estar contemplada en las políticas empresariales.

CONCLUSIONES

Podemos concluir que la Responsabilidad Social Empresarial es la unión de los derechos y obligaciones que deben cumplir y optar como política las empresas con el fin de crear y desarrollar una estrategia que les permita ser económicamente sostenibles y éticamente responsables con la sociedad actual.

Una política de RSE debe estar estratégicamente ligada al beneficio de la comunidad, logrando un desempeño estratégico empresarial. Manteniendo una visión innovadora que conserve la biodiversidad y garantizando los procesos de producción, que aporte al crecimiento de la sociedad y de la industria.

La RSE debe ser tomada como un esquema institucional de las empresas en la cual se promueva el apoyo y el compromiso, con el objetivo de ayudar a la de la sociedad, el medio ambiente y las comunidades mediante programas que generen un impacto positivo en nuestro país como el programa de Banco de tiempo.

Gracias a la RSE las compañías generan valor económico y social asegurando el desarrollo de las comunidades donde se tiene presencia y sobre todo la sostenibilidad de la misma a través del tiempo.

ANEXO 1

Encuesta del centro colombiano de responsabilidad empresarial ccre

El total de la muestra: 737 empresas. 790 ciudadanos.

Resultados:

- Conocimiento sobre la materia es bajo en un 56% (empleados principalmente).
- No hay un consenso en una definición conceptual. Se distinguen los elementos que componen la RSE: la responsabilidad con empleados (61%), con la sociedad y comunidad (41%) y en segundo plano el compromiso con los clientes, el medio ambiente, la sostenibilidad de la empresa, las políticas de gobierno y la ética.
- Ciudadanos: Respeto de los derechos humanos y de los trabajadores (73%) y la generación de empleo (72%). Otras como productos y servicios de buena calidad y precio justo (55%), cumplimiento de las leyes (41%), preservación y cuidado del medio ambiente (31%) y práctica de valores y principios éticos (28%).
- Las instituciones en las que se demuestra mayor confianza son: las escuelas (48%) y la iglesia

(45%): Los medios de comunicación (38%), las empresas nacionales (34%), las empresas extranjeras (28%) y las organizaciones de trabajadores (24%) obtuvieron un menor porcentaje.

BIBLIOGRAFIA

FORUM EMPRESA. Beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial. Resource Saver. 2002. Publicado en www.empresa.org/spanish/csr/businessbenefits.cfm

Impuestos 2011. Estatuto tributario. Rodrigo Monsalve Tejada

Jenny Melo (2008). Sobre La Responsabilidad Social de la Empresa. Recuperado el 15 de septiembre de 2011 Disponible en <http://www.slideshare.net/JennyMelo/sobre-la-responsabilidad-social-dela-empresa>

Universidad de Navarra Catedra "la Caixa" de responsabilidad social de la empresa y gobierno corporativo, (2007) Recuperado el 20 de septiembre de 2011. Disponible en <http://www.iese.edu/research/pdfs/OP-07-09.pdf>